



Relato de Campo Colecionador Hélio Ricardo Pedroso

Data: 02/02/2012

Entrevistado (nome/função): Hélio Ricardo Pedroso, comprador, funcionário do Supermercado Pedroso

Pesquisadores: Karina Alves e Paulo Nascimento

Redator: Paulo Nascimento

Revisores: Nahema N. Falleiros e Giancarlo Machado

Resumo

Hélio Ricardo Pedroso coleciona principalmente vinis de bandas de rock (nacionais e estrangeiras) e camisas de modalidades esportivas, com destaque para times de futebol. Ele compartilha sua coleção com o irmão, Hélio Roberto Pedroso, e com o pai, Hélio Pedroso.

O entrevistado conserva o acervo de vinis em um cômodo de sua casa, o qual também lhe serve como escritório. Já a coleção de camisas fica em uma edícula na casa de seus pais. Ambas as residências estão localizadas em um mesmo condomínio na cidade de Cotia, região metropolitana de São Paulo.

O encontro com Hélio Ricardo aconteceu às 8 horas da manhã do dia 2 de fevereiro de 2012. O contato com tal pessoa se deu a partir de um banco de dados de colecionadores, existente no Museu do Futebol. A equipe de pesquisadores do Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB) foi recebida pelo colecionador em seu local de trabalho, o Supermercado Pedroso (uma rede com três lojas em Cotia), cujo proprietário é seu pai, Hélio Pedroso.

As coleções de Hélio associam-se, de modo inusitado, à música e ao esporte. Ele possui 4.741 vinis, sendo 46 sobre esportes. A maioria deles tem o futebol como principal temática. A coleção de camisas também é expressiva, e retrata duas paixões de sua vida: o rock'n' roll e o futebol.

Relato

O encontro de Hélio Ricardo Pedroso com os pesquisadores do CRFB foi agendado por telefone para as 8 horas da manhã de uma quinta-feira, no bairro Atalaia, em Cotia. O primeiro acervo apresentado pelo interlocutor foi o de vinil. Hélio sugeriu que a conversa se desenrolasse ao som de um disco temático, que continha os melhores momentos da narração da Rádio Bandeirantes dos jogos do Brasil nas Copas de 1958, 1962 e 1970.

O contato de Hélio com o vinil iniciou-se ainda em sua adolescência. Em tal período ele teve vontade de fazer desse hábito um de seus hobbies, e desse hobby, uma coleção. Sendo assim, passou a colecionar discos de rock de bandas estrangeiras, como Iron Maiden, Metallica, Kiss e Queen, e de bandas nacionais, como RPM, Ultraje a Rigor e Legião Urbana. Sua coleção está atualmente catalogada com 4.741 discos.

Para além do dinheiro, Hélio frisou a importância de se ter em uma coleção mais de um item ou itens raros que devem ser trocados com outros colecionadores. De acordo com ele, essa iniciativa é relevante na hora de negociar a aquisição de outras raridades para sua própria coleção. É desta forma, como em um escambo, que o seu acervo de discos adquiriu novos números.

Um grande fornecedor de discos para o entrevistado é Osvaldo, conhecido como Baixinho dos discos. Ele também mora em Cotia e, além de vender discos, realiza algumas excursões para o Paraguai com o intuito de incrementar a sua coleção.

Em meados dos anos 1990, em razão do fechamento de algumas fábricas de prensa de discos, Baixinho adquiriu, segundo Hélio, vários pacotes, inclusive dessas fábricas, os quais compõem a sua coleção atual. Esses itens são trocados com outros colecionadores. Conhecido como detentor de um acervo repleto de raridades, Baixinho é, inclusive, referência para as fábricas que recentemente reabriram a prensagem de discos no Brasil.

Foi por meio dele que Hélio adquiriu parte significativa de seus discos. Quando ele tinha interesse em um item, o dono da coleção vendia-o em um pacote que, não necessariamente, cairia bem em sua coleção de bandas de rock. De acordo com Hélio, a venda de discos nunca foi interrompida, e, ao contrário da venda de CDs, vem aumentando. O interesse do mercado por

esse nicho é, para o entrevistado, responsável por esse movimento de não-interrupção e de aumento na venda de discos.

Em sua coleção há inúmeras raridades, como o disco de um time de futebol da Alemanha. O peso de um vinil, segundo Hélio, é indicativo de sua qualidade. Discos leves - como a maioria dos produzidos na América Latina - geralmente pertencem a uma leva produzida em larga escala, menos comprometida com detalhes. Já os discos produzidos em tiragens especiais, como o do time de futebol alemão, são mais pesados.

A Internet facilitou consideravelmente a troca entre os colecionadores. Um exemplo disso foi a aquisição feita pelo interlocutor de um disco com músicas-tema de várias edições dos Jogos Olímpicos da Era Moderna (desde a primeira, em 1896, até a edição de 1960, realizada em Roma). Esse disco foi adquirido pelo e-Bay, site norte-americano de compra e vendas de produtos. Hélio disse ser possível negociar aqueles produtos que o interessam a partir de US\$ 1. No caso dos vinis, os critérios que são levados em conta no momento de adquirir um novo produto são a prensagem (se em larga, média ou baixa escala) e a conservação.

Para um vinil ser bem conservado, o mais importante é que ele seja colocado na posição vertical, “em pé”, de modo que a pilha seja formada com os discos lado a lado, e não um em cima do outro. Isso evita que a capa fique com marcas definitivas do disco, dada a pressão gerada por uma pilha deles.

Quando os pesquisadores detiveram-se aos discos temáticos sobre futebol, não raro um deles era escolhido para ser tocado. Foi possível ver e ouvir trechos com os melhores momentos das Copas de 1958, 1962 e 1970 narrados pela Rádio Bandeirantes; da segunda conquista da Copa do Mundo pelo Brasil; do Grêmio Esportivo São Carlense; da conquista do Campeonato Paulista pelo Sport Club Corinthians Paulista, em 1977, e do Campeonato Brasileiro, em 1990; além de muitos discos com Pelé na capa (seja como cantor ou somente uma referência à sua figura).

Ao contrário de muitos outros colecionadores, Hélio se destaca por ser uma pessoa que reflete sobre a sua própria coleção. Ele chamou a atenção dos pesquisadores, por exemplo, para a composição de imagens e fotos nas capas dos discos em que Pelé aparece como tema ou como cantor. Todas mostram o atleta ainda jovem, seja como jogador do Santos Futebol Clube ou da seleção brasileira, ou como representante da “brasilidade”, associado

a imagens nacionais consagradas, como a vegetação tropical (com destaque para palmeiras, sol, animais nativos e mudas de café). Não raro ainda, alertou Hélio, nas fotos de Pelé, o “Atleta do Século” estava acompanhado por crianças, todas brancas.

Por fim, foi possível ouvir uma coletânea com os hinos dos principais times brasileiros. Apesar de ser corintiano, Hélio disse que o valor daquele produto se dá, em certa medida, por conta da presença do hino do Grêmio Foot Ball Porto Alegrense, o qual é tido por muitos, inclusive por ele, como uma dos mais retumbantes canções do futebol. Sua preferência pelo time do Corinthians revelou-se também no momento da execução do imponente hino da Sociedade Esportiva Palmeiras: Hélio decidiu mudar a faixa. Um dos pesquisadores solicitou então a execução do hino do Clube de Regatas do Flamengo, que, no seu entender, é tão importante quanto o do Grêmio. O pedido fora aceito.

Na segunda parte da visita, Hélio apresentou a sua coleção de camisas. A maioria delas é de times de futebol, mas há também aquelas de vôlei, basquete, hóquei e futebol americano. Essa coleção de camisas está alocada na edícula da casa de seus pais. Isso se deve, dentre outros motivos, pelo fato da coleção ter três donos: Hélio Pedroso, o patriarca da família, e seus dois filhos, Hélio Ricardo e Hélio Roberto. A coleção de camisas ganhou forma entre os anos de 1986 e 1990, mesmo período em que Hélio Ricardo iniciou a sua coleção de vinhos.

Em um primeiro momento, o preço das camisas não foi preponderante na realização das trocas. Hélio salientou, contudo, que aquelas de times estrangeiros compradas pela Internet ou como presente dado por colegas, amigos ou parentes que viajaram para o exterior, foram adquiridas por preços muito mais em conta que as camisas de times estrangeiros compradas no Brasil. O entrevistado relatou ter comprado cinco camisas por R\$ 90,00: duas do Real Madrid Club de Fútbol da Espanha (uma branca e outra preta) e três do Chelsea Football Club, da Inglaterra. No Brasil, o preço unitário desses itens gira em torno de R\$ 200,00. Hélio acredita que essa disparidade de valores é fruto da carga tributária embutida no preço de qualquer mercadoria importada para o país.

Hélio é o principal responsável pela organização da coleção de camisas. As araras onde elas estão penduradas foram separadas por meio

dos seguintes critérios: uma arara e meia com camisas do Corinthians; outra arara com camisas de times internacionais fora da Europa; outra para times de ligas européias; uma quarta para times nacionais (que vão da várzea aos profissionais); uma quinta para seleções e, finalmente, uma com camisas referentes a outros esportes.

Na medida em que Hélio apresentava as camisas, ele descrevia as especificidades de algumas delas, e também contava o que o havia motivado a adquiri-las. Um fato interessante de seu acervo são as terceiras camisas oficiais de jogo de certos times. Tais camisas podem ou não existir, a depender do estatuto de determinado clube de futebol: há aqueles que prevêm a possibilidade de uma terceira camisa existir; todavia, há aqueles que, mais do que não prever, proíbem-nas. Por todas essas questões que envolvem a produção das terceiras camisas dos times, Hélio dedica uma atenção especial às mesmas.

Não obstante, as camisas de goleiro também chamam a atenção do interlocutor. Aquela que ele possui mais afeição foi desenhada por um estilista francês para Ronaldo Soares Giovanelli, goleiro do time do Corinthians entre 1987-1998. A recusa do jogador corintiano em vestir aquela camisa fez com que ela fosse encaminhada para outras pessoas, até chegar ao corpo de Hélio, que a vestiu quando disputou algumas partidas por seu time da faculdade.

Muitas camisas da coleção de Hélio possuem uma história de aquisição, no mínimo, curiosa. Há uma camisa de juiz da época em que o preto deixou de ser a cor exclusiva para arbitragem dos jogos; uma camisa do América Football Club, do Rio de Janeiro, enviada para seu endereço mediante depósito em conta corrente e que na ocasião encontrava-se “perdida” em um depósito industrial desativado, no interior do Estado do Rio de Janeiro; uma outra produzida pelos irmãos Cavallera¹, cujo design é um misto de símbolos da banda Sepultura com a camisa da seleção brasileira de futebol.

Hélio tem consigo três camisas da seleção de futebol dos Estados Unidos. Todas são muito diferentes, pois, de acordo com ele, a identidade visual da seleção estadunidense ainda está para ser consolidada². Entre

1 Trata-se de Max e Iggor Cavallera, irmãos que ficaram famosos a partir da banda Sepultura.

2 Hélio foi questionado se ele tinha camisas de algum time feminino. Ao responder negativamente o colecionar se deu conta, aparentemente com certo espanto, de uma lacuna em sua coleção.

as camisas de seleções, suas preferidas são as da Alemanha, Argentina, Inglaterra e Itália. Se o critério de preferência for a marca do patrocinador esportivo, Hélio elege as da Adidas e as da Umbro.

Outra raridade da coleção do entrevistado é a segunda camisa da seleção brasileira, usada na Copa do Mundo de 1994, com a qual a equipe venceu a semifinal disputada contra a Suécia. Com tantos itens no acervo, Hélio utiliza certas camisas em seu cotidiano. Mas também há aquelas que ele apenas coleciona, recusando-se a vesti-las, como a do São Paulo Futebol Clube e do Palmeiras, ambos rivais do Corinthians.

Um modo inusitado de aquisição de camisas utilizado por Hélio é através de certos moradores de rua, quando os mesmos são vistos vestindo alguma preciosidade. Embora o entrevistado tenha dito nunca ter feito isso, ele garantiu que essa prática não é rara entre os demais colecionadores de camisas.

Esses exemplos ilustram aquilo que, para Hélio, é muito importante na prática de um colecionador. Para além das buscas na Internet, dos pedidos feitos aos amigos, parentes e conhecidos que viajam para o exterior, da presença em redes e em encontros de colecionadores, o colecionador precisa ser “cara-de-pau”, ou seja, ter coragem para fazer algo não convencional. Essa é uma atitude que Hélio, com a tranquilidade, o bom-humor e a diplomacia que lhe são característicos, afirmou conseguir fazer com talento.